

KB ontwikkelt Europese aanpak tegen desinformatie bij jongeren

De Koninklijke Bibliotheek heeft samen met andere Europese organisaties een nieuwe methode ontwikkeld om mediawijsheid bij jongeren te vergroten. Met deze methode, SMILES, kunnen jongeren meer leren over het herkennen van desinformatie.

TEKST: ANNE-KATELIJNE ROTTEVEEL, IMPACT ONDERZOEKER BIJ DE KB

Jongeren kunnen op internet veel desinformatie tegenkomen. Berichten op Facebook, Instagram en TikTok bevatten geregeld informatie die niet klopt. Ook op YouTube is veel desinformatie van influencers te vinden. Voor jongeren is het vaak lastig in te schatten welke bronnen betrouwbaar zijn en welke niet.

De toename van desinformatie was de aanleiding om te onderzoeken hoe jongeren tussen de 12 en 15 jaar weerbaarder kunnen worden tegen desinformatie. De KB zag een sterke noodzaak in een praktisch onderzoeksproject waarbij een team van Europese organisaties – bestaande uit bibliotheken, mediawijsheidsorganisaties en een hogeschool – gezamenlijk nieuwe methoden zou ontwikkelen en testen op het vlak van mediawijsheid en informatiegeletterdheid. Samen hebben zij het project SMILES ontwikkeld, dit acroniem staat voor

'innovative methodS for Media & Information Literacy Education involving schools and libraries'. Het project begon in 2020 en wordt ingezet voor jongeren in Nederland, België en Spanje. Het project is gefinancierd door Erasmus+.

De belangrijkste doelen van het project zijn:

- Aan bibliothecarissen en leraren in drie Europese landen praktische begeleiding en training bieden op het gebied van desinformatie, waarbij ze nieuwe vaardigheden aanleren voor het organiseren van workshops over (digitale) mediawijsheid voor middelbare scholieren;
- Jongeren op middelbare scholen in drie Europese landen helpen om digitale technologie veiliger en verantwoord te gebruiken met een focus op de herkenning van betrouwbare en authentieke informatie versus desinformatie;
- Evaluatie van de effectiviteit van de geïmplementeerde workshops door middel van een effectmeting;
- Versterking van de bestaande en nieuwe samenwerkingen tussen scholen en bibliotheken in de drie partnerlanden.

Achtergrond van het onderzoek

Het project startte met een literatuuronderzoek waarin per deelnemend land de status van desinformatie en nieuwsmediawijsheid werd besproken. Al deze zogenoemde



Make-uplijn Kylie Jenner veroorzaakt ecologische ramp

BEVERLY HILLS - De make-uplijn van Kylie Jenner is een enorm succes. In niet meer dan zeven jaar na de oprichting heeft haar make-up imperium voor \$ 1 miljard aan producten verkocht, mede dankzij miljoenen bestellingen wereldwijd. Volgens experts is een deel van deze bestellingen afgelopen januari tijdens de zeevracht in zee zijn beland. Het zou gaan om tientallen containers. Er wordt gevreesd voor grootschalige ecologische gevolgen.

De eerste twee dagen spoelden containers van de losse lading aan op de Canarische Eilanden. De oevers lagen bezaaid met onder meer lipsticks, mascara's en flesjes foundation. Ook waren er veel plastic korrels verpakkingsmateriaal te vinden.

Jenner vertelt aan de Amerikaanse pers dat ze geschrokken is en hoopt dat de schade kan worden beperkt. Om hoeveel kilo plastic het gaat, is niet bekend. Experts wijzen erop dat het een lastige opgave wordt om de overige producten uit de zee te vissen.

?

baseline studies zijn terug te vinden op de website van SMILES: smiles.platoniq.net

Opvallend is dat desinformatie in Nederland een relatief nieuw begrip is dat met name door de coronapandemie is opgekomen. Na het analyseren van literatuur over desinformatie en de manieren waarop nieuwsmediawijsheid in de literatuur is gemeten, zijn er schalen opgesteld. Deze schalen zijn vertaald naar vragenlijsten die worden afgenomen bij de doelgroepen van het SMILES-project: duo's (docenten en bibliotheekprofessionals) en scholieren. Beide groepen vullen zowel voor de eerste als na de laatste workshop een vragenlijst in om te bekijken of er kwantitatieve effecten te zien zijn van de SMILES Building Blocks. Naast deze kwantitatieve analyse worden ook kwalitatieve data opgehaald. Dit gebeurt op verschillende wijzen, zoals het ophalen van mondelinge feedback en een interview.

Building blocks van SMILES

Gebaseerd op de resultaten van het literatuuronderzoek werden door de verschillende partners vijf zogenaamde 'building block modules' ontwikkeld. Elk block bevat lesmateriaal voor de Nederlandse, Belgische en Spaanse leerlingen tussen de 12-15 jaar om desinformatie te herkennen en bestrijden. Daarnaast werd aan de onderwijzende duo's (docenten van middelbare scholen en bibliotheekprofessionals) het door SMILES op maat ontwikkelde trainingsprogramma aangeboden via een 'train-the-trainermethodiek' om hen te leren de 'building block-modules' aan leerlingen te onderwijzen.

Building blocks

Docenten en bibliotheekprofessionals gingen aan de slag met de volgende 'kant-en-klare' lesplannen:

• Building Block A: Wat is desinformatie?

In deze module staan het onderscheid tussen desinformatie en betrouwbare informatie, en de rol van nieuws, journalisten en nieuwsorganisaties centraal.

• Building Block B: Hoe herken en versta je desinformatie?

Deze module heeft als doel leerlingen te helpen desinformatie op te sporen (identificeren) en te weerstaan op een praktische manier, gericht op hun digitale vaardigheden en hun kennis. Dit gebeurt door een interactief online spel genaamd *De Waakzame Courant*. In dit spel kruipen leerlingen in de huid van een journalist in wording die vijf verschillende opdrachten (minigames) moet doorlopen om een professioneel journalist te worden. Centraal staat hoe niet alleen journalisten, maar feitelijk iedereen, informatie correct kan analyseren, rapporteren en delen.

• Building Block C: Technieken die worden gebruikt

Door de leerlingen een eigen desinformatiecampagne te laten maken, ontdekken ze welke technieken worden gebruikt om desinformatie te maken.

• Building Block D: Ontdek op welke manieren desinformatie wordt verspreid

Leerlingen leren over de strategieën die worden gebruikt in desinformatiecampagnes. De module bevat het online spel *Harmony Square*, over een kleine buurt die is geobsedeerd door de democratie. De speler speelt de rol van iemand die wordt ingehuurd als 'hoofd desinformatiefunctionaris' en deze moet opzettelijk de rust en stilte op het plein verstoren door verdeeldheid aan te wakkeren en bewoners tegen elkaar op te zetten.

• Building Block E: Desinformatie en maatschappij

De laatste module staat stil bij de vraag wat de collectieve en emotionele impact is van desinformatie. De trainer voert activiteiten uit waarbij de leerlingen op een historische manier nadenken over desinformatie en over hoe desinformatie ons zowel op maatschappelijk als persoonlijk niveau beïnvloedt.

Resultaten

De Europese samenwerkingspartners zijn erin geslaagd om een strategisch partnerschap op te stellen en gezamenlijk een innovatief programma samen te stellen met building blocks. De meerderheid van de duo's zegt na het volgen van de train-the-trainerworkshop dat zij het gevoel hebben zelf in staat te zijn om mediawijsheidstrainingen op het gebied van desinformatie aan jongeren te geven.

De geïmplementeerde workshops blijken positieve effecten te hebben op de mediawijsheid van leerlingen. De scholieren geven aan dat ze het gevoel hebben dat ze nu in staat zijn om het verschil te zien tussen desinformatie en betrouwbaar nieuws.

Meer informatie

Benieuwd naar de digitale toolkit? Al het lesmateriaal is vrij te gebruiken en te vinden op: smiles.platoniq.net

Voorbeeld uit Building Block A:

aan de gele stukken tekst is te zien dat het hier om desinformatie gaat omdat er geen bronnen of details vermeld worden. Een goede en betrouwbare journalist zou zorgvuldig informatie werven en verspreiden, zodat de waarheid te verifiëren is.

- 'Experts zeggen', maar welke experts? Van welk bedrijf of instituut?
- 'Ecologische gevolgen', maar welke gevolgen?
- 'Vertelt aan de Amerikaanse pers', maar aan welk mediaplatform? Waar kunnen we dit terugvinden?
- Kortom: alle verstrekte informatie is vaag en bronnen zijn niet tot nauwelijks te achterhalen.

Bron afbeelding:

VOGUE | *Beauty secrets*

Screenshot van youtube

youtube.com/watch?v=vCJ6U7mQmYw

